

GUIDE

Les bonnes pratiques
de l'emailing



Votre plateforme **marketing**

●● Piloter simplement vos campagnes multicanal



Introduction



Le succès d'une campagne email repose sur le **taux de lecture** dont l'ennemi numéro 1 est le **classement en courrier indésirable**.

La lutte contre le SPAM étant de plus en plus stricte et sophistiquée, nous présentons dans ce dossier les éléments qui vont vous aider à **augmenter votre taux de délivrabilité**.

Les actions qui impactent **la délivrabilité**

Avant de voir quelles sont les bonnes pratiques à mettre en place, vous devez savoir ce qui risque d'alerter les filtres anti-spam des différents acteurs, ou au contraire les éléments qui améliorent votre réputation. Cela vous permettra ensuite d'éviter certaines erreurs.



Actions positives

Les destinataires qui :

- Ouvrent votre email
- Répondent à votre email
- Transfèrent votre email vers un dossier de la boîte de réception
- Vous ajoutent à leur carnet d'adresses



Actions négatives

Les destinataires qui :

- Déplacent votre email dans le dossier indésirable
- Suppriment votre email sans l'ouvrir
- Se désabonnent de votre liste de diffusion
- Qui portent plainte pour leur avoir envoyé un message sans leur accord

Les bonnes pratiques



Segmentez vos listes

Vos messages doivent être adaptés à votre cible : les hommes ou les femmes, les 20/30 ans ou les 50/60 ans n'auront pas les mêmes attentes. Réalisez plusieurs shoots en segmentant vos bases de données pour que votre taux d'ouverture reste acceptable.



Incitez vos clients à interagir

Les spammeurs ne reçoivent jamais de réponses, ainsi si vos campagnes génèrent des réactions, les signaux envoyés aux fournisseurs de boîtes mail seront positifs.



Supprimez certains caractères

Attention aux abus de majuscules et de points d'exclamation dans vos textes et objets. Ces caractères alertent les filtres anti-spam tout comme l'utilisation d'une police rouge.

Les bonnes pratiques

Supprimez les mots « Spammy »

Certaines expressions et certains mots sont à bannir de vos emails (autant que possible).

Si leurs présences sont détectées, vos emails auront plus de chances d'être classés en SPAM.

Certaines expressions commerciales et marketing sont ainsi à éviter, nous vous les avons regroupées ci-contre (liste non exhaustive) :

Promotionnel	Ventes / Marketing
<ul style="list-style-type: none">• Gratuitement• Réduction• Rabais• Promotion• Offre spéciale, offre limitée• Economisez• Gain• 50%• Coupon• Meilleur prix• Remboursé• Sans frais	<ul style="list-style-type: none">• Augmentez vos ventes• Chiffre d'affaires• Augmentez votre trafic• Plus de vente• Vu à la télé

Les bonnes pratiques



Maitrisez le rapport texte/image

Par défaut, la plupart des fournisseurs de messagerie n'affichent pas les images, insérez toujours un texte alternatif qui sera immédiatement visible par vos destinataires. Aussi gardez en tête que **si les visuels surchargent votre email**, celui-ci finira directement en **SPAM**, alors **limitez le nombre d'images**, réduisez leurs tailles et n'hésitez pas à ajouter du contenu texte.



Personnalisez vos emails

Utilisez les variables **Nom** et **Prénom** de vos bases de données, cela donnera la preuve que vous connaissez vos destinataires.

L'accompagnement SW Agency



Un premier filtre préventif

Afin de ne pas impacter votre réputation à la baisse trop facilement, nous mettons en place un premier filtre qui **bloque préventivement les adresses n'ayant aucune chance d'arriver en boîte de réception**. Cela concerne notamment les adresses email mal saisies ou celles que nous savons fausses.



Un indicateur de qualité de l'objet de votre email

Nous avons créé et mis en place un système qui vous guidera lors de la rédaction de l'objet de votre email. Nous détectons de manière dynamique les termes ou actions qui impactent à la baisse votre réputation, afin que vous puissiez corriger avant l'envoi.

Quelques éléments clés :

- La **longueur** de l'objet
- La présence de **majuscules** et/ou **caractères spéciaux**
- Les termes **commerciaux, promotionnels...** (voir tableau)

L'accompagnement SW Agency



La mutualisation de l'adresse d'expédition

Si vous réalisez un envoi avec votre adresse IP et votre nom de domaine et que votre campagne ne respecte pas les bonnes pratiques, votre envoi suivant sera impacté négativement. Pour éviter cela nous vous proposons une solution mutualisée afin que vous bénéficiiez des bonnes pratiques de l'ensemble de nos utilisateurs et ainsi augmentiez votre délivrabilité.

Toutefois si vous êtes certains d'avoir de bonnes pratiques et que vous souhaitez être les seuls à maîtriser votre réputation nous pouvons vous proposer une adresse IP dédiée. Attention, une seule mauvaise campagne peut suffire pour alerter les filtres anti-spam, il est donc primordial que les statistiques de vos campagnes restent au-dessus des seuils imposés par les fournisseurs de boîte de réception.

L'importance de **la législation**



Insérez un lien de désinscription

Au-delà d'être une obligation légale, la présence d'un lien de désinscription permettra de ne pas alerter les filtres anti-spam. Avec notre outil de création, vous pouvez insérer votre lien de désinscription où vous le souhaitez dans le corps de l'email.



Respectez les règles de consentement OPT-IN

Vos contacts doivent avoir donné leur accord pour recevoir de la publicité par le biais d'un consentement préalable, si c'est le cas votre fichier de contacts est qualifié d'OPT-IN. À terme, nous vous conseillons d'utiliser la procédure du double OPT-IN qui requiert une double confirmation de vos clients pour envoyer vos campagnes marketing.

Si vous souhaitez approfondir ce sujet [cliquez-ici](#) pour découvrir notre brochure expliquant le nouveau règlement européen concernant les données personnelles (RGPD)



Votre plateforme **marketing**

Piloter simplement vos campagnes multicanal



SMS / MMS



EMAIL



PROSPECTS



www.envoi-mail.com



07 83 11 38 67



contact@envoi-mail.com